

Arbeitgeber-PR

Sich als guter Arbeitgeber zu positionieren, wird für Deutschlands Unternehmen in Zeiten des Fachkräftemangels zunehmend wichtig. Das ergab eine Kurzumfrage der Deutschen Employer Branding Akademie in Berlin, an der 57 Personalverantwortliche in großen und mittleren Unternehmen teilnahmen. 70 Prozent von ihnen berichten von einem hohen oder steigenden Stellenwert des Employer Branding in ihrem Unternehmen. Die offene Frage nach den gewünschten Wirkungen der Markenbildung offenbart, dass es sich um ein Thema für die Unternehmenskommunikation handelt. 67 Prozent der Befragten nannten als Ziel ein besseres Arbeitgeberimage, 66 Prozent eine stärkere Mitarbeiteridentifikation. ■